Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2015–2016

Aanhangsel van de Handelingen

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

763

Vragen van het lid **De Liefde** (VVD) aan de Minister van Economische Zaken over *de grote verschillen tussen de postzegelprijs voor consumenten en op de zakelijke markt* (ingezonden 9 november 2015).

Antwoord van Minister **Kamp** (Economische Zaken) (ontvangen 4 december 2015).

Vraag 1, 2 en 3
Heeft u ook opgemerkt dat met de verhoging van de postzegelprijs naar 73 cent in 2016, terwijl het versturen van een brief op de zakelijke markt voor 13 cent mogelijk is, het verschil tussen het versturen van een brief door een consument of kleine ondernemer via de universele postdienst (UPD) en het versturen van een brief via de zakelijke markt tot wel 60 cent gaat bedragen? Wat vindt u van dat hele grote prijsverschil?
Deelt u de mening dat het versturen van een brief binnen de UPD veel overeenkomsten heeft met het versturen van een brief via de zakelijke markt? Zo nee, waarom niet? Deelt u het standpunt dat er wat betreft sortering en bezorging geen noemenswaardige verschillen zijn tussen de UPD en de zakelijke markt? Zo nee, waarom niet?
Hoe kan het verschil van tot wel 60 cent per poststuk tussen de UPD en de zakelijke markt volgens u worden verklaard? Dat verschil kan toch niet alleen verklaard worden door de wijze van collecteren? Zo ja, waaruit blijkt dat?

Antwoord 1, 2 en 3
Ik ben op de hoogte van het feit dat voor het versturen van een brief op de zakelijke markt andere prijzen worden gevraagd dan voor het versturen van een brief via de universele postdienst (UPD). Op de zakelijke markt is sprake van een tariefdifferentiatie tot 69 cent. Het gehanteerde tarief op de zakelijke markt is onder meer afhankelijk van het verschil in grootte van de opdracht en de door de postvervoerder geleverde diensten. Bij de UPD is daarentegen sprake van een vaste postzegelprijs, die gekoppeld is aan de vaste kosten die het verlenen van de UPD met zich meebrengt.
Tussen de UPD en de zakelijke markt zitten verschillen in kosten, waar een aantal verklaringen voor is:

- Bij de UPD is sprake van een (verplicht) landelijk dekkend netwerk van vijfdaagse collectie, sortering en bezorging van post. Op de zakelijke markt is geen sprake van een verplichte vijfdaagse bezorging maar een 48-uurs of 72-uurs levering, waardoor sprake is van grote planbaarheid;

ah-tk-20152016-763
ISSN 0921 - 7398
's-Gravenhage 2015

- Daarnaast worden voor de UPD specifieke additionele kosten gemaakt als gevolg van wettelijke eisen, zoals het verplicht in stand houden van brievenbussen en postvestigingen. Op de zakelijke markt is geen sprake van (verplichte) brievenbussen en postvestigingen;
- Zowel de collecteer-, de sorteer- als de bezorgkosten liggen op de zakelijke markt lager dan bij de UPD, omdat de poststukken vaak in bulk worden gecollecteerd, gesorteerd en bezorgd. Dit levert schaalvoordelen op. Daarnaast is bij de UPD vaker dan bij zakelijke post sprake van handmatige sortering vanwege handgeschreven adressen.

Vraag 4
Wat is uw mening over het feit dat de prijs van de reguliere postzegel de afgelopen jaren tientallen procenten is gestegen en de tarieven van PostNL voor zakelijke 72 uurspost de afgelopen jaren zijn gedaald? Vindt u het ook opvallend dat daardoor het verschil in kosten tussen het versturen van een zakelijke brief en een brief binnen de UPD meer dan verdubbeld is sinds 2010? Zo nee, waarom niet? Kunt u dit grote verschil uitleggen aan de consument die tientallen procenten meer moet betalen voor het kaartje naar oma of de brief naar een stille liefde? Zo ja, wat zegt u dan?

Antwoord 4
Het verschil in kosten vloeit met name voort uit het uitgebreide netwerk dat PostNL als UPD-verlener wettelijk verplicht in stand moet houden. In mijn brieven van 27 maart en 3 juni 2013 (Kamerstukken II 2012/13 29 502 nr. 109 en 110) heb ik uw Kamer geïnformeerd dat nadere maatregelen noodzakelijk zijn om de UPD in stand te kunnen houden. Vanwege de geldende UPD verplichtingen aan de ene kant en de structurele en toenemende volumedalingen aan de andere kant, is de kostendekkendheid van de UPD de laatste jaren onder druk komen te staan. Hierdoor zijn tariefstijgingen binnen de UPD onvermijdelijk gebleken. De ACM heeft recentelijk de kosten van de UPD getoetst en is tot het oordeel gekomen dat het huidige tarief inderdaad gebaseerd is op de daadwerkelijke kosten van de UPD.

Vraag 5
Bent u bereid de Autoriteit Consument & Markt (ACM) te verzoeken of opdracht te geven een marktanalyse van de zakelijke 72 uursmarkt te laten uitvoeren, om daarmee duidelijkheid te krijgen over onder meer de prijsopbouw en kostenstructuren in die markt? Zo nee, waarom niet? Zo ja, binnen welke termijn kan die marktanalyse uitgevoerd worden?

Antwoord 5
Het is aan de ACM als onafhankelijk toezichthouder op de postmarkt om te bepalen van welke relevante markten sprake is en welke marktanalyses worden uitgevoerd. Momenteel voert de ACM een marktanalyse op de zakelijke 24-uurs markt uit. Ik heb begrepen dat de ACM daarnaast op verzoek van marktpartij(en) momenteel onderzoekt of er valide redenen zijn om op de 72-uurs markt een marktanalyse te starten.